

# विपणन संशोधन

B.Com-I

प्रा. सनी श्रीरंग काळे

सहाय्यक प्राध्यपक

विवेकानंद कॉलेज कोल्हापूर (स्वायत्त)

# विपणन संशोधनाची उद्दीष्टे

- १. खरेदीदार ओळखणे
- २. ग्राहकांचा प्रतिसाद जाणणे
- ३. विक्रिय संवर्धन कार्याचे मोजमाप
- ४. बाजारपेठ खर्च व नफा जाणणे
- ५. बाजारपेठ नियंत्रण
- ६. बाह्य घटकांवर नियंत्रण

# विपणन संशोधनाची महत्त्व

- १. विस्तारित बाजारपेठ
- २. ग्राहकांची बाजारपेठ
- ३. नवनवीन विपणन संकल्पना
- ४. ग्राहकांचे मानसशास्त्र
- ५. प्रतिस्पर्ध्यांवर मत करता येते
- ६. तांत्रिक बदल

# विपणन संशोधनाच्या अवस्था

- १. संशोधनाची उद्दीष्टे ठरविणे
- २. स्थितीचे विश्लेषण करणे
- ३. संशोधन योजनेची आखणी करणे
- ४. तथ्य व आकडेवारी गोळा करणे
- ५. आकडेवारी प्रस्तुतीकरण करणे
- ६. आकडेवारीचे विश्लेषण करून निष्कर्ष काढणे
- ७. संशोधनाचा अहवाल तयार करणे
- ८. संशोधनाचा पाठपुरावा करणे

# विपणन संशोधनाची व्याप्ती

- १. ग्राहक संशोधन
- २. बाजारपेठ संशोधन
- ३. विक्री संशोधन
- ४. वस्तू संशोधन
- ५. वितरण संशोधन
- ६. जाहिरात संशोधन
- ७. किंमत संशोधन
- ८. अभिप्रेरणा संशोधन

# विपणन संशोधनाचे फायदे

- १. बाजारपेठेचा शोध
- २. बाजारपेठेसंबंधी माहिती
- ३. विपन्न बाबत अचूक निर्णय
- ४. ग्राहकांची माहिती
- ५. विपणन धोरणे
- ६. विक्री संवर्धनसाठी उपाययोजना
- ७. जाहिरातीची परिणामकारकता
- ८. बदलणाऱ्या घटकांचा परिणाम